

LOS ESTADOS FINANCIEROS, SU ANALISIS Y APORTE A LA TOMA DE DECISIONES EN LAS MIPYMES DEL SECTOR COMERCIAL SUPERMERCADOS INDEPENDIENTES EN MEDELLIN.

Núñez Cortés Alex
Ortiz Jiménez Leidy Johanna
Piedrahita David Julieth Vanessa

RESUMEN

Las MIPYMES del sector comercial de los supermercados independientes son parte importante de la economía de la ciudad de Medellín, por ello es de suma importancia la generación de valor y permanencia de éstas en el mercado, en lo cual influye significativamente las decisiones tomadas por los directivos, las cuales deberían estar fundamentadas en gran medida a partir de un adecuado uso e interpretación de la información financiera. Por ende, este escrito es producto de la investigación realizada sobre el uso e interpretación que los directivos le dan a los estados financieros para la toma de decisiones, por lo que para esta investigación se hizo un estudio en el que se tomó una muestra representativa y se encontró que las decisiones que toman los directivos en el desarrollo de las operaciones del negocio en general no están fundamentadas en las herramientas de análisis financiero que permita potencializar la toma de decisiones.

PALABRAS CLAVES

Supermercados, toma de decisiones, MIPYMES, presentación de los Estados Financieros, análisis financiero, revelaciones.

ABSTRACT

MIPYME from independent sector of supermarkets are important parts of the economy of Medellin, therefore is really relevant the improve of value and permanence of these in the market, which significantly influences the decisions made by managers, also they should be based from the proper use and interpretation of financial information. Thus, this document is the product of research about the use and interpretation that managers give to the financial statements to make decisions, so there for this research was a study that took a representative sample finding that decisions maked by managers in the development of overall business operations are not supported by financial analysis tools which enable power up the decision-making.

KEY WORDS

Supermarkets, decision making, MIPYMES, presentation of financial statements, financial analysis, revelations.

INTRODUCCIÓN

El éxito o fracaso de una empresa, no solo depende de su buen producto, buenas instalaciones y tecnología, sino que también depende significativamente de las decisiones que toman sus directivos, por ello muchas veces al no analizar adecuadamente la información con que se dispone o por falta de ésta, muchas empresas se estancan (no generan valor) o se ven forzadas a salir del mercado.

De aquí, la importancia de los Estados Financieros al ser el resultado de un proceso de transformación de hechos económicos ocurridos durante ciertos períodos de tiempo en las organizaciones, que al analizarlos permiten valorar los resultados de la gestión del personal que compone todo el ente económico, además brinda información fiable, verificable y relevante que permite evaluar la solvencia, liquidez, estabilidad, productividad con la que cuenta la empresa, permitiendo la emisión de juicios y generando bases firmes para la toma de decisiones.

Por lo tanto, en cuanto a las decisiones que deben tomar las empresas, en este caso las MIPYMES del sector comercial, supermercados independientes de la ciudad de Medellín se hace preciso identificar el uso e interpretación de los Estados Financieros para potencializar la toma de decisiones, siendo una herramienta fundamental para el manejo de la gestión administrativa, en la consecución de los objetivos de las organizaciones, las políticas y en pro del desarrollo del ente económico; siendo útiles tanto para agentes internos como los propietarios, gerentes, administradores, empleados y también para los agentes externos como los accionistas, proveedores, organizaciones financieras, instituciones gubernamentales y otros entes interesados.

Razón por la cual, en las siguientes líneas se analiza esta temática, comenzando por una caracterización teórica sobre las MIPYMES del sector comercial y el uso de la información financiera, para luego hacer una pequeña descripción de la situación de los supermercados independientes de la ciudad de Medellín y finalmente se explicará a través del instrumento diseñado y aplicado en una muestra de las empresas en estudio, del gran rezago que tienen en la presentación, revelación y análisis de la información financiera que les es útil para potencializar la toma de decisiones.

En el desarrollo de la investigación para obtener información de las empresas se utilizó como instrumento las encuestas, las cuales se aplicaron a los administradores, por ende los resultados obtenidos están sujetos a la veracidad de la información suministrada por estos.

DEFINICIÓN DE LA MIPYMES DEL SUBSECTOR SUPERMERCADOS INDEPENDIENTES EN MEDELLÍN

Para el caso colombiano y para todos los efectos, de acuerdo a la Ley 905 de 2004, que modifica la Ley 590 de 2000 se entiende por MIPYMES (micro, incluidas las famiempresas, pequeña y mediana empresa), toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, rural o urbana, que responda conjuntamente a los siguientes parámetros:

1. Mediana empresa:

- a) Planta de personal entre cincuenta y uno (51) y doscientos (200) trabajadores, o
- b) Activos totales por valor entre cinco mil uno (5.001) a treinta mil (30.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

2. Pequeña empresa:

- a) Planta de personal entre once (11) y cincuenta (50) trabajadores, o
- b) Activos totales por valor entre quinientos uno (501) y menos de cinco mil (5.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes o,

3. Microempresa:

- a) Planta de personal no superior a los diez (10) trabajadores o,
- b) Activos totales excluida la vivienda por valor inferior a quinientos (500) salarios mínimos mensuales legales vigentes. (Ley 905, 2004)

En relación a los supermercados se puede decir que son un formato comercial que ha evolucionado a partir del comercio tradicional, es decir una buena proporción se ha generado de la base de una tienda de barrio, con el tiempo pasan a ser Minimercado y posteriormente terminan siendo un supermercado, este tipo de establecimiento tiene como principal finalidad acercar a los consumidores a una importante variedad de productos de diversas marcas, precios y estilos, por el sistema de autoservicio para lo cual organiza el surtido en términos físicos a través de la división del espacio en góndolas o estanterías en las cuales se disponen los productos de acuerdo a cierto orden más o menos específico; los minimercados¹, aquellos que cuentan sólo con un número básico de productos y un tamaño que oscila entre 50 y 100m², los cuales se han convertido en un competidor fuerte de los supermercados² de tamaño medio que ceden terreno entre las preferencias de los compradores de productos perecederos y de mercado.

¹“Establecimiento con un área menor a 100 mt², cuenta con sistema de auto servicio, es decir existe presencia de góndolas y por lo menos una caja de salida. Se dedica a la venta de productos al detal, tales como alimentos, aseo personal, aseo hogar, medicamentos, licores etc. Cumple con los requisitos del supermercado de barrio, pero difiere en su metraje.

²Establecimiento con un área de ventas mayor a 100 mt², que cuenta con varias cajas registradoras de salida donde los clientes cancelan los productos, comercializa todo tipo de productos al detal como alimentos, aseo hogar, aseo personal, medicamentos, ropa, calzado, discos, licores, etc. La mayoría de sus ventas se realizan por autoservicio, los clientes tienen poder de decisión y no existe la intervención de un dependiente. Puede tener a disposición de los clientes canastas o carros de mercado. Estos puntos de venta NO están ligados a ninguna de las 7 Grandes Cadenas del país, como tales reconocidas: Éxito/cadenalco, Olímpica, Carulla/vivero, Colsubsidio, Cafam, Carrefour, La14”.(FENALCO Antioquia, 2010, pág. 3)

Según evaluaciones de Fenalco Antioquia (2010) los consumidores se inclinan cada vez más por los minimercados y los hipermercados, los supermercados están ubicados entre los dos, principalmente por sus características de tamaño en espacio y en algunas ocasiones pueden ser de cadena comercial, he ahí como las tiendas tradicionales buscarán mantenerse o convertirse, evolucionando en alguna de las anteriores. Según su proporción, del mercado ubicado en el Valle de Aburrá, los supermercados poseen un 67% de establecimiento subicados en Medellín, 12% en Bello, 9% en Itagüí, 7% en Envigado, 3% en Copacabana y 2% en Sabaneta siendo la mayoría de estos minimercados los cuales representan el 79% del total del mercado tan solo un 21% son supermercados (de barrio/ no cadena

LAS MIPYMES DEL SECTOR COMERCIAL Y EL USO DE LA INFORMACIÓN FINANCIERA

“La importancia de las llamadas MIPYMES (micro, pequeñas y medianas empresas) en cuanto a sus efectos económicos y sociales ha sido reconocida ampliamente por los expertos sobre el tema. En relación a los efectos económicos es claro su efecto sobre el crecimiento del nivel de producción y, sobre todo, la redistribución del ingreso y la riqueza, fenómeno que a su vez permite la ampliación del mercado al incrementar la cantidad de personas con suficiente ingreso que les permite demandar efectivamente bienes y servicios. En cuanto a los efectos sociales, es igualmente reconocido el efecto de este tipo de empresas sobre el empleo y, por lo tanto, sobre el bienestar de la población de un país”. (García, 2008, p. 88)

Esto se puede evidenciar con las cifras del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) según los cuales en Colombia las MIPYMES son importantes generadoras de empleo, ya que ocupan el 80,8% del personal empleado. De estas, el 50,3% se encuentra en las microempresas, el 17,6% en las pequeñas y el 12,9% en las medianas, a su vez para el DANE , las microempresas representan el 92,5% del total del tejido empresarial nacional y las Pymes alcanzan el 4,2% (Banco de comercio exterior de Colombia S.A., 2011).

De acuerdo con las cifras calculadas por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, referenciado con anterioridad se puede deducir que en el caso específico de la ciudad de Medellín las MIPYMES hacen un gran aporte a la economía, siendo importantes generadoras de empleo tanto para los habitantes de la ciudad como personas provenientes de otras, promoviendo movilidad social y aportando al desarrollo social de la ciudad y consecuentemente con el país. Por ende, deben permanecer en marcha en el mercado, crecer y ser cada vez más competitivas, dado que en dicha ciudad la estructura productiva se caracteriza por la existencia de diferentes tipos de empresas, donde su tamaño influye en la capacidad para innovar, competir, exportar y financiarse.

Sin embargo, se puede decir que las MIPYMES se caracterizan por:

Una baja intensidad de capital, altas tasas de natalidad y mortalidad, presencia de propietarios / socios / familiares como mano de obra, contabilidad no profesionalizada, estructura burocrática mínima, poder centralizado, contratación directa de mano de obra, mano de obra semicalificada o no calificada, bajo nivel de inversión en innovación, dificultades para el acceso a fuentes de financiamiento externos, y finalmente subordinación a las grandes empresas. (Kantis, 2004, citado en Saavedra y Hernández, 2008, p. 132)

Esto permite visualizar posibles debilidades y amenazas que las MIPYMES del sector comercial pueden tener y necesitan afrontar para poder continuar existiendo y compitiendo en el mercado. En este mismo sentido, Correa (2006, citado en Correa y Jaramillo, 2007) plantea que:

Las MIPYMES tienen gran debilidad estructural, el manejo es informal, desconocen las condiciones legales que deben cumplir, no desarrollan estrategia ni planeación a mediano y largo plazo, la contabilidad no se enlaza con los modelos financieros para tomar decisiones y por la falta de planeación no hay metas definidas y no se pueden cuantificar los riesgos. (p. 99)

A su vez estas empresas presentan ciertas deficiencias estructurales como bajas plataformas tecnológicas, limitación en la expansión y adquisición de nuevos mercados, gestiones administrativas, gestión en el sistema contable y de desarrollo obsoletas, que impiden su pleno crecimiento, obstaculizando el alcance y utilización de las diferentes oportunidades que se presentan en el mercado.

Por otro lado, también tienden a fallar en la toma de decisiones por la incapacidad de establecer y ejecutar análisis profundos de la información, la falta de la actitud hacia la inversión, el manejo de la estructura de deudas, el análisis de los riesgos, y tienen una cultura de la complacencia que deteriora el ambiente competitivo. Esto explica el por qué existen tan pocas empresas grandes y son tan abundantes las MIPYMES, ya que se quedan estancadas en ese proceso de crecimiento o sencillamente no les interesa crecer.

Además se observa que presentan falencias en el uso de los Estados Financieros por parte de los administradores respecto al manejo eficiente de este instrumento, ya que algunos no cuentan con una preparación técnica, tecnológica o profesional que les proporcione fundamentos básicos para la utilización e interpretación de la información contable en la toma de decisiones y llevar a cabo el desarrollo de sus empresas, puesto que, algunos sólo viven del día a día y tratan de auto sostenerse hoy sin pensar en el mañana, lo que reduce las posibilidades de inversión, proyección, ahorro y expansión en el mercado. Para Antognolli “la mayoría de las pequeñas y medianas empresas no está en condiciones de competir con el mundo. Y no es un problema de tecnología o inversiones o productos, es un problema de gestión”. (Antognolli, 2008, parra. 2)

En algunas MIPYMES se dificulta la toma de decisiones por falta de información contable, dado que muchas sólo elaboran la información que les es exigida por ley para presentar sus declaraciones tributarias y no hay trascendencia con respecto al análisis e interpretación de dicha información, por lo tanto la contabilidad no se ve como ese sistema de información que permite identificar, medir, clasificar, registrar y comunicar los sucesos económicos que ocurren diariamente al interior de las organizaciones, las decisiones que toman se hacen netamente para el presente y para un corto plazo, no logran dimensionar las posibles oportunidades que podrían tener si utilizan la información contable y financiera para proyectar sus decisiones en cuanto a proyectos de inversión, alianzas comerciales, expansión e introducción en nuevos mercados, adquisición de tecnología para mejorar sus procesos misionales, capacitación y actualización para los empleados, todo esto en pro del desarrollo organizacional.

A raíz de toda la problemática en relación a las MIPYMES surge la importancia de los Estados Financieros, como un punto fundamental para analizar las decisiones que se pueden presentar debido a las características y resultados que estos ofrecen. Los empresarios se apoyan en cierta medida de los datos que arrojan para fundamentar las decisiones tanto del presente, como del futuro como es el caso de realizar inversiones, adquirir prestamos, contratar personal, entre otras. Para tomar cualquier tipo de decisión se deben suplir incertidumbres, para ello se requiere de unos Estados Financieros bien elaborados, claros, concretos, confiables, que son la respuesta a muchos interrogantes que se presentan a la hora de decidir. En relación a esto, Camacho plantea:

Las pequeñas y medianas empresas deben desarrollar como hábito saludable la recopilación de su información financiera en los llamados estados financieros y otras herramientas que garanticen una adecuada toma de decisiones a nivel interno y promuevan el buen nombre y la seriedad de la empresa ante entidades financieras, clientes, proveedores, accionistas, entre otros; también es importante resaltar que la información financiera PER SE no garantiza el éxito en los negocios, igualmente, si el administrador financiero no comprende las cifras plasmadas en su información financiera mensual no sabrá que hacer con ellas. Por ello, es fundamental que los dueños o gerentes de las pequeñas y medianas empresas conozcan los estados financieros básicos así como su rápida interpretación para una mejor toma de decisiones. (Camacho, 2011, p. 1)

Por lo tanto, es necesario que en estas empresas se vaya más allá de la sola presentación de informes financieros para dar cumplimiento a las obligaciones tributarias principalmente al análisis financiero que permita potenciar el uso de los Estados Financieros y por ende de la toma de decisiones, ya que muchas de las herramientas de análisis a pesar de que no son nuevas, hay profesionales que no las conocen y por ende son de poca utilización en la preparación de informes tanto internos como externos.

El análisis financiero es reconocido de forma generalizada como la interpretación y análisis de los Estados Financieros, sin embargo es necesario incluir variables o datos que posibiliten un mejor análisis de las cifras y que permitan explicar los resultados y variaciones de estos, contribuyendo a una mejor toma de decisiones, es decir, un análisis financiero además de partir de variables contables y financieras, también implica un análisis estratégico y del entorno para conocer el sector al cual pertenece e incluir variables económicas, políticas, sociales, ambientales, tecnológicas, geográficas, entre otras. Frente a este análisis más completo se ha pronunciado Jaime Correa al hablar de un análisis financiero integral o diagnóstico financiero integral así:

El análisis financiero es un proceso mediante el cual se descompone la realidad empresarial (el todo) con el fin de conocer en detalle cada uno de sus elementos principales. El estudio de las partes integrantes se debe hacer con enfoque integral, de tal manera que las conclusiones obtenidas se complementen y vayan en la misma dirección en beneficio de la entidad objeto de estudio.

La integralidad consiste en acopiar información suficiente y válida para emitir conclusiones atinadas de la empresa. El análisis financiero integral, diagnóstico financiero integral o diagnóstico empresarial comprende elementos cuantitativos y

elementos cualitativos que trasciendan mucho mas allá de valores monetarios estrictamente. Es por esto que el análisis financiero no puede reducirse solo al análisis de estados financieros; este es un componente de un estudio financiero completo. (Correa, 2005, p. 6)

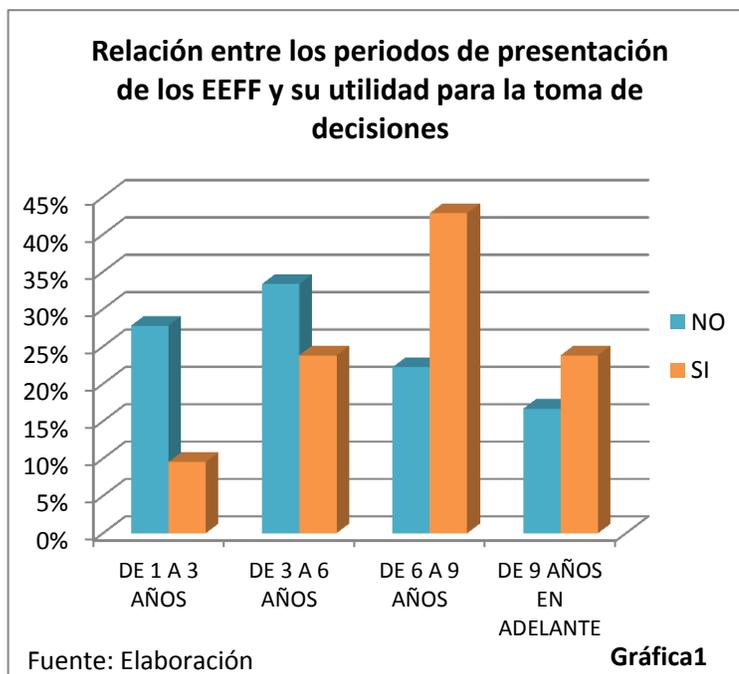
En este orden de ideas, es de resaltar que el adecuado uso de los Estados Financieros y su adecuada interpretación aplicando las técnicas o herramientas pertinentes como el análisis estructural de éstos acompañados de un análisis estratégico, del entorno y de indicadores fundamentales tales como liquidez, rentabilidad y endeudamiento son supremamente importantes en la gestión de las MIPYMES al potencializar su toma de decisiones.

LAS MIPYMES DEL SUBSECTOR SUPERMERCADOS INDEPENDIENTES: EL USO E INTERPRETACIÓN DE LOS ESTADOS FINANCIEROS

Metodología

La naturaleza de la investigación es descriptiva basada en datos cualitativos y cuantitativos para el procesamiento e interpretación de los resultados obtenidos, por lo tanto para determinar el número de observaciones a realizar se aplicó un muestreo probabilístico sobre un universo de 90 MIPYMES arrojando una muestra de 38 con un error del 10% y confianza del 90%, por ende como instrumento se diseñó una encuesta la cual se aplicó a los administradores o representantes legales de las empresas que entraron en la muestra. A continuación se presentan los resultados del trabajo realizado:

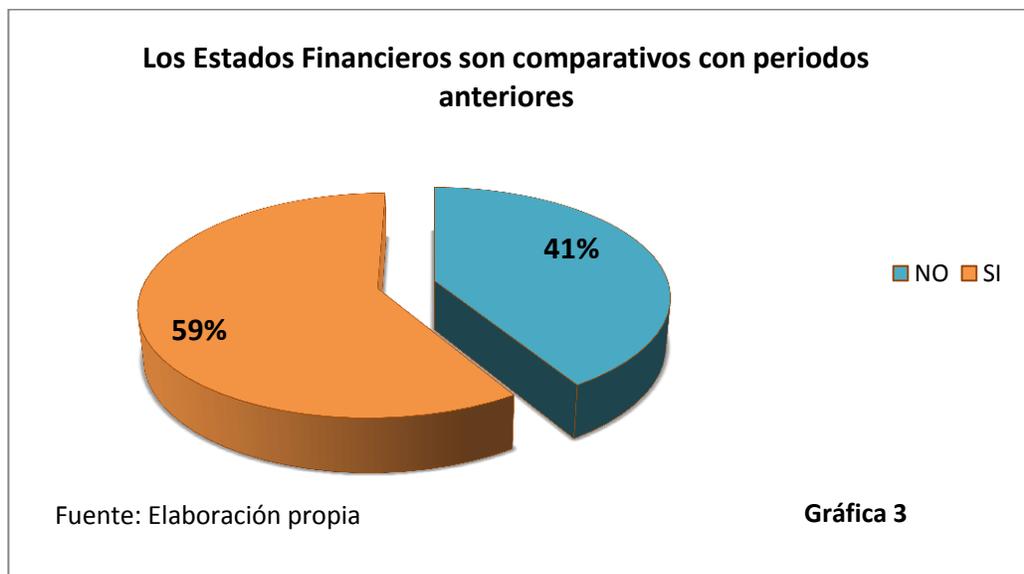
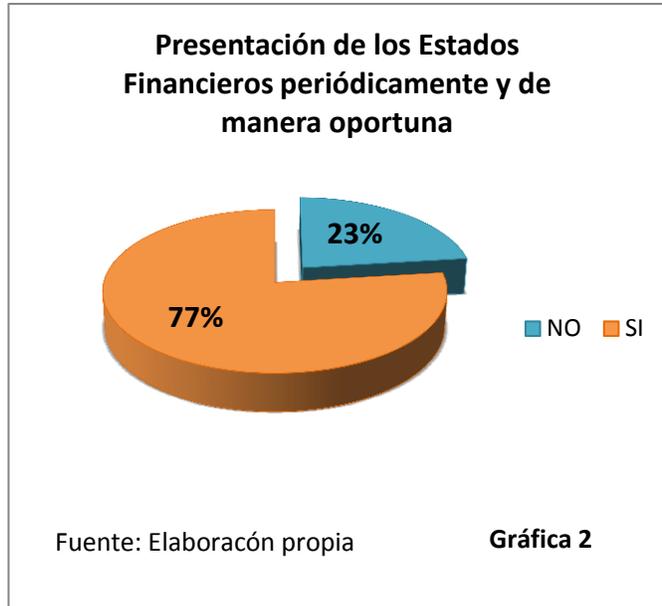
Resultados en la Presentación de los Estados Financieros



A partir de la gráfica 1 se puede observar que aquellas empresas que llevan entre 1 y 6 años de presentación de Estados Financieros sus administradores dicen en su mayoría que éstos no son útiles, mientras que los que llevan más de 6 años reconocen la importancia de los Estados Financieros para la toma de decisiones, sin embargo no es su herramienta principal ya que se apoyan en otros elementos como: Experiencia en el sector, comportamiento del mercado y

satisfacción de clientes (Ilustración Gráfica 12), lo cual permite evidenciar que en las MIPYMES pasado cierto tiempo de presentación de los Estados Financieros empiezan a ver su utilidad pero no logran dimensionar el alcance que pueden tener con una adecuada utilización de la información financiera.

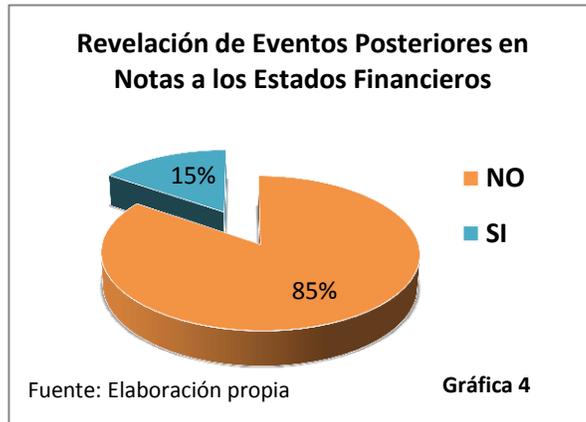
De acuerdo con los resultados obtenidos con la encuesta, el 77% de las empresas respondieron que sí presentan los Estados Financieros, más no de forma oportuna, ya que hay cierta confusión en lo concerniente con lo oportuno de la información contable, debido que para la mayoría de las empresas es oportuno si se presenta cada año para cumplir con requisito legales, pero para las situaciones que requieren que la información esté disponible y actualizada para tomar decisiones en cualquier momento no cumpliría con la cualidad de la oportunidad.



El 59% de las empresas contestaron que los Estados Financieros sí son comparativos con periodos anteriores, sin embargo el 41% dice no hacerlo, lo que denota una inoportuna presentación de los Estados Financieros si están obligados a hacerlo, ya que se está fallando una de las cualidades de la información contable que tiene que ver con la comparabilidad de la

información y a su vez están dejando de utilizar una característica que es de suma importancia para el análisis de tendencia de los Estados Financieros.

Resultados en las Revelaciones a los Estados Financieros



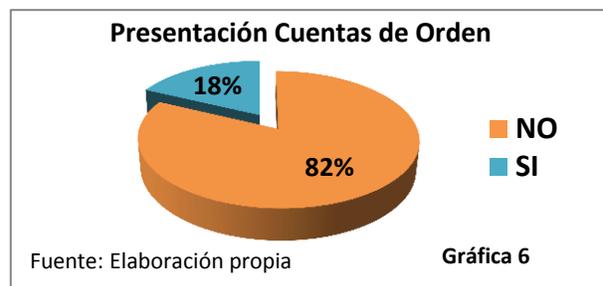
El 85% de los encuestados no conoce y no sabe que son y para que sirven las notas a los estados financieros, el otro 15% sólo posee una vaga idea de que son las notas, porque en realidad no tienen un conocimiento básico de esto y los contadores no dan una explicación adecuada y clara de su definición e importancia en los estados financieros y para la empresa.



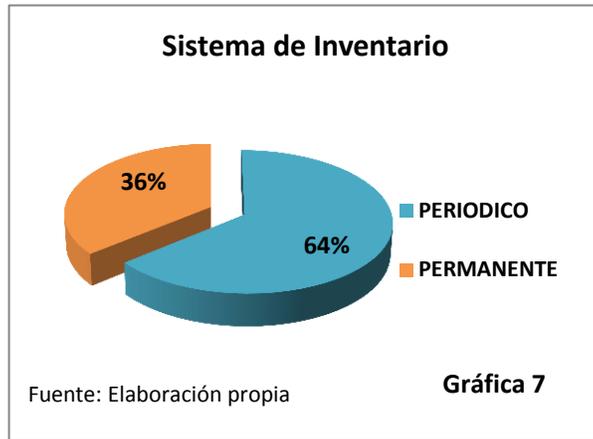
En el 87% de las empresas los administradores dicen que no se expresa en nota a los estados financieros los factores que hagan incierta la continuidad de las operaciones, lo cual denota en primera instancia el incumplimiento a los principios de contabilidad y el riesgo de que la empresa se vea afectada por ciertos factores que influyan en su funcionamiento normal y podrían afectar la continuidad de la empresa. Esto se presenta principalmente porque no entienden la importancia de la integridad de las notas para con los Estados Financieros, las cuales son de suma importancia para la comprensión y análisis

de los rubros que se presentan en estos y para la correcta toma decisiones al apoyarse en éstas para realizar tendencias y proyectarse en el futuro al conocer de forma integral todos los hechos que podrían afectar su funcionamiento.

Con respecto a la presentación de cuentas de orden es muy común que las empresas en los Estados Financieros no muestren los rubros asociadas a estas cuentas y las MIPYMES del sector comercial no son ajenas a esto, ya que se puede observar que un 82% de éstas no presentan las



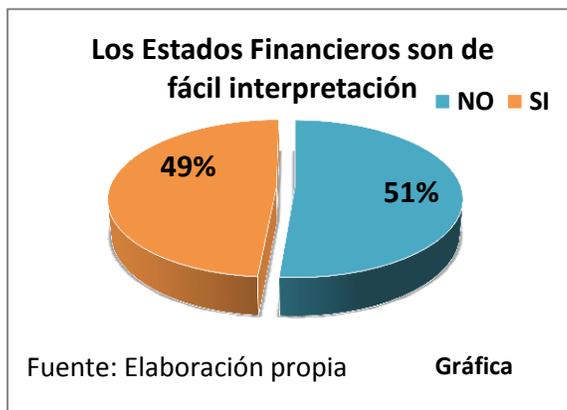
cuentas de orden en sus Estados Financieros y tampoco las revelan en sus notas, siendo estas de suma importancia para la correcta presentación de los Estados Financieros y para el análisis de la continuidad del negocio. Este hecho hace que los Estados Financieros no suministren información suficiente y por ende afecta su utilidad para tomar decisiones.



En cuanto al tipo de inventario, el 64% de los encuestados utiliza el sistema de inventario periódico y sólo un 36% el permanente, esto según los encuestados se debe al tamaño y al volumen de productos que manejan, sin embargo a este tipo de negocio es más acorde el uso de un sistema de inventario permanente con el fin de tener un control adecuado sobre las existencias y el costo de los inventarios permanentemente.

Resultados en la Toma de Decisiones

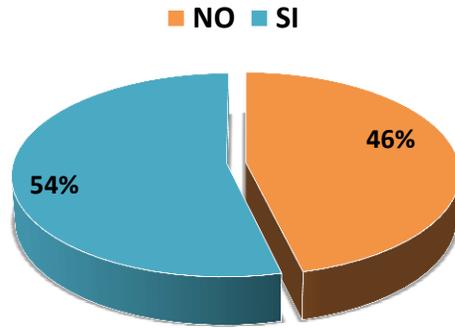
Los estados financieros y por ende la correcta presentación y revelación de las notas a éstos son de suma importancia para la acertada toma de decisiones de financiación, inversión, operación y distribución de utilidades, sin embargo, en los supermercados no se han percatado de esto y como se puede observar a continuación se basan principalmente en otras herramientas para la toma de decisiones y por ello no logran potencializarlas.



Para el 51% de los propietarios o administradores de este tipo de empresa no les es de fácil interpretación las cuentas que se presentan en cada uno de los Estados Financieros, debido a que estas personas son empíricas, de bajo nivel académico, ellos administran sus negocios por la experiencia y por la habilidad de manejar los negocios día a día, no tienen mucho contacto con la contabilidad, pues se dedican a estar negociando y que las cosas estén

funcionando bien dentro de la empresa en un ambiente de densa calma por lo que la contabilidad pasa a un segundo plano, ya que este proceso suele ser tercerizado y las reuniones que se hacen con los contadores es solo para entregar informes y declaraciones, por lo tanto no se da una explicación detallada de las cuentas más relevantes de los Estados Financieros.

Utilidad y relevancia de los estados financieros para la toma de decisiones



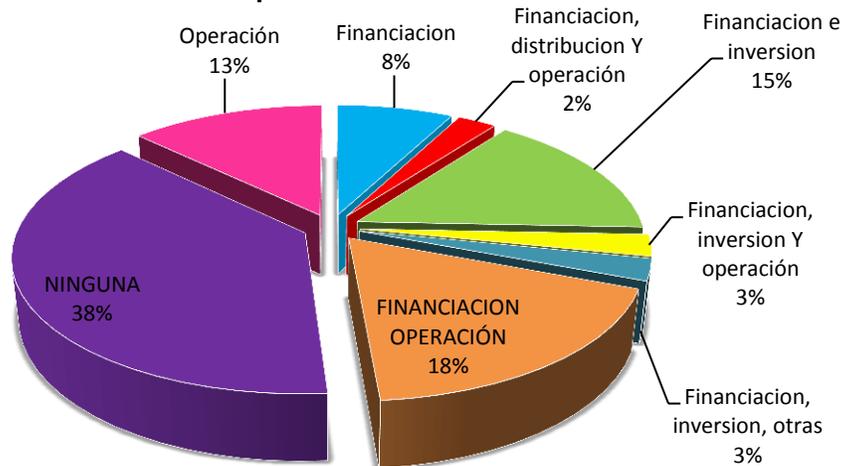
Fuente: Elaboración propia

Gráfica 9

Un 46% de las empresas respondieron que no son útiles y relevantes los Estados Financieros para la toma de decisiones, pero cuando se analiza el tipo de decisiones que se toman un 38% dijo que ninguna según gráfica 10, lo cual genera contradicción con la gráfica 9, puesto que este porcentaje debería ser igual, lo que nos hace concluir que el diferencial del 8% de los encuestados no tienen claridad sobre la forma en cómo están utilizando los Estados Financieros, el 54% de los encuestados respondieron que sí utilizan los Estados Financieros para la toma de decisiones, estos tipos de decisiones se observan en la gráfica 10. Cabe mencionar que las decisiones de financiación y de operación son

preponderante ya que los créditos con los proveedores son su fuente más importante de financiación para llevar a cabo sus operaciones, pues analizan si tienen capacidad de endeudarse, de adquirir créditos con los proveedores y en las operaciones si llevan a cabo el lanzamiento de cierto producto, si la empresa está en condiciones de continuar, entre otras decisiones relacionadas con estas. La decisión de distribución de utilidades en este tipo de empresas la asocian a los desembolsos de efectivo que le dan a cada uno de los socios periódicamente, sin la utilización de los Estados Financieros para determinar si es adecuado o no esas salidas de efectivo sin que afecte la liquidez de la empresa.

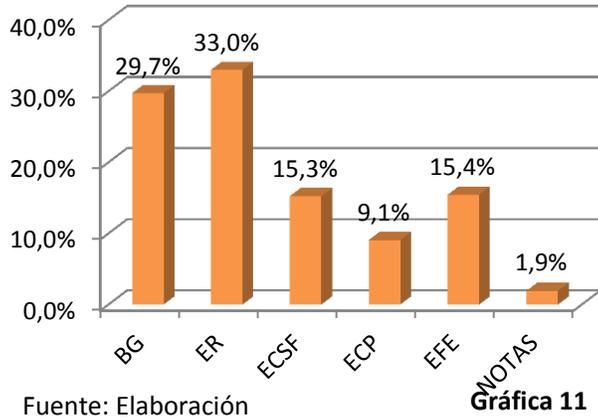
Tipo de decisiones



Fuente: Elaboración propia

Gráfica 10

Importancia de los Estados Financieros

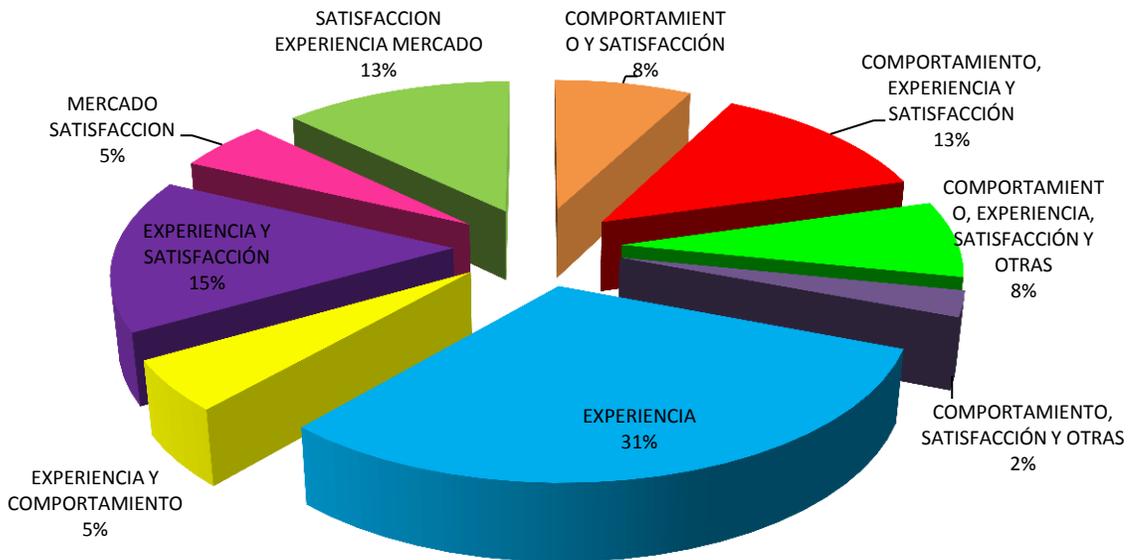


Gráfica 11

En la gráfica 11 se observa que los Estados Financieros más importantes para las empresas son el Estado de Resultados y el Balance General, siendo más relevante el Estado de Resultados ya que este revela los ingresos y la utilidad del periodo, esto se debe a que este tipo de empresas según el decreto 1878 de 2008 solo están obligados a elaborar estos dos Estados Financieros básicos. Por ende, para la operación del negocio se limitan a utilizar sólo éstos cuando pueden elaborar los otros Estados Financieros básicos, los cuales les

ayudarían a tener una mejor comprensión de la operación del negocio y a su vez no le dan la debida importancia a las notas a los Estados Financieros.

Elementos diferentes en los que se apoyan para la toma de decisiones



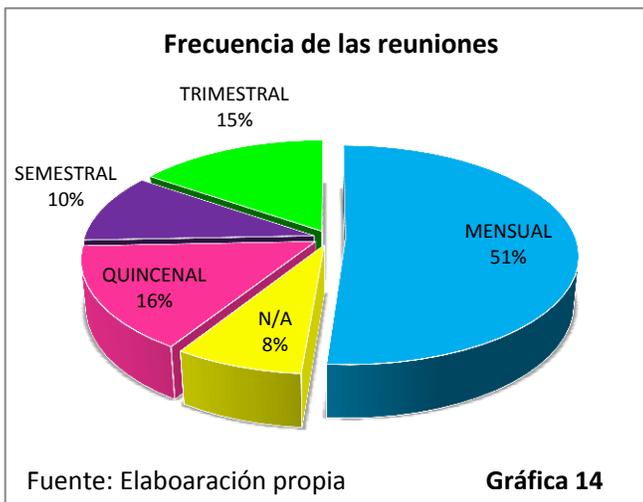
Fuente: Elaboración propia

Gráfica 12

El 31% de la muestra se apoya en la experiencia para tomar decisiones, esto se debe a que en la gran mayoría de las MIPYMES de este sector comercial supermercados (SCS), los dueños son los mismos Gerentes, Administradores y Supervisores son personas que han dedicado toda su vida a estos tipos de negocio, su formación como negociantes la han forjado durante su trayectoria laboral con poca preparación profesional, todos sus conocimientos infundados por el día a día, por lo tanto para tomar decisiones se fundamentan en la experiencia en primer lugar, complementado con la satisfacción de los clientes en un 15%, resaltando que los clientes son un elemento vital en el desarrollo y la continuidad de este tipo de empresas, puesto que son su razón de ser y al ser supermercados locales tienen la posibilidad de acercarse directamente y con mayor facilidad a sus propietarios y administrativos para expresar su satisfacción o no con los servicios prestados, algo que se dificulta un poco en los almacenes de cadena y de grandes superficies porque existe una logística mucho mas diferente y compleja, ventaja que tienen estos pequeños y medianos supermercados ya que tienen la posibilidad de escuchar quejas, sugerencias, inquietudes y halagos directamente de sus clientes y a partir de esto buscar mejorar y fortalecer sus debilidades para seguir en marcha, suplir necesidades y continuar creciendo aun más. Se observa que el comportamiento de mercado es el tercer elemento en el cual apoyan la toma de decisiones porque este ayuda a desarrollar estrategias de marketing para los productos.

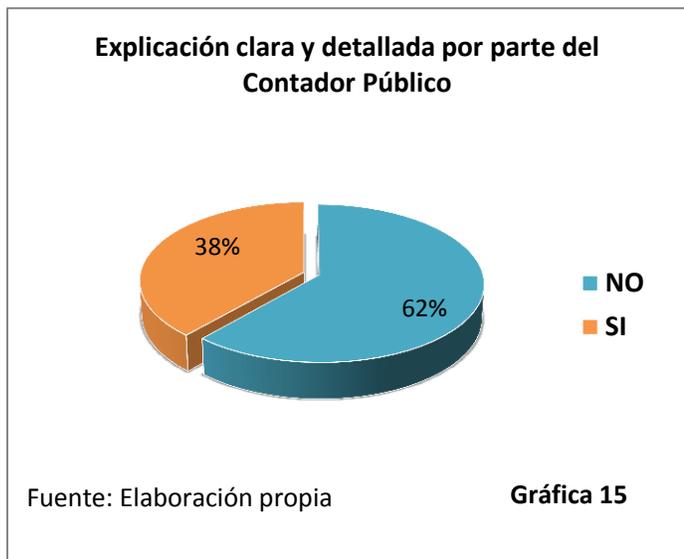


Solo el 8% de los encuestados argumentaban que no tenían reuniones con el contador sencillamente porque ellos solo entregaban la información cuando se les era solicitada y sin ningún acompañamiento en cuanto a explicaciones o recomendaciones, el 92% si realizan reuniones con los Contadores pero esto no quiere decir que estas reuniones suplan sus necesidades, el 51% de las reuniones se realizan mensualmente debido a las obligaciones tributarias y fiscales que deben presentar y por el cobro de honorarios, por lo que las reuniones solo se limitaban a exponer el monto de los impuestos, cuando se debía efectuar el pago y en algunos casos, cortas explicaciones sobre los Estados Financieros, esta situación se presenta especialmente cuando los contadores no son de planta sino que manejan la contabilidad externamente; sólo un 16% realiza reuniones quincenales debido a que manejan su contabilidad de planta por lo que los contadores se encuentran en mas contacto con la

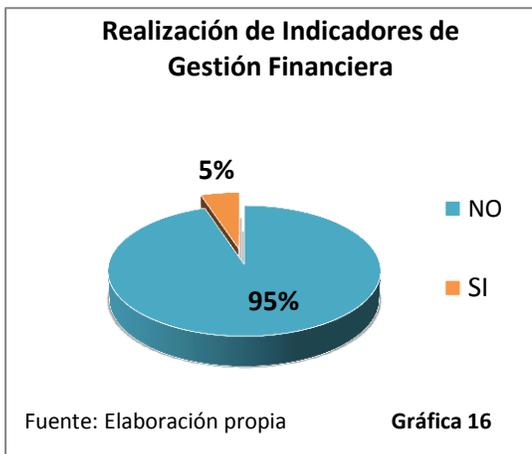


administración y tienen la posibilidad de mejorar los procesos contables e ir educando a los propietarios en cuanto a la utilización y la importancia de la información financiera; el 15% y 10% se hacen cada trimestre y semestre respectivamente una reunión con los contadores, esto es una situación compleja ya que queda en tela de juicio el papel del contador, no se le ve la importancia dentro de la empresa pues solo se presenta esporádicamente y con una información difícil de interpretar, por lo cual solo se enfocan en los resultados finales y si existe alguna obligación con el Estado.

El 62% de los encuestados responde que no recibe una explicación clara y detallada por parte del contador sobre la información financiera presentada, convirtiéndose en una problemática para la profesión ya que margina al contador en un ser dedicado a generar reportes contables, financieros y económicos solo de forma sin ningún trasfondo, ya que por sí solas las cifras no expresan nada sino están acompañados de un análisis y una explicación que supla y explique por qué su presentación



de esa manera, por esto muchos propietarios de supermercados no ven la necesidad de tener el acompañamiento de un contador sino solo para fines exigidos por la ley, ya que no se están ejerciendo su rol como asesores y facilitadores para el entendimiento y utilización de los Estados Financieros, su relevancia e impacto en la toma de decisiones. El otro 38% de los encuestados responden que sí reciben una explicación clara y detallada porque ya tienen una trayectoria mas larga en este proceso y existe una culturización con el papel del contador y se agrega otro factor que algunos propietarios o administradores poseen algo de conocimiento en el área contable, por lo que facilita su comunicación.



Ahora bien, sobre la realización de indicadores de gestión financiera el 95% de los encuestados respondió que no se realizaban informes sobre indicadores de gestión o al menos ellos no los conocían o no lograban identificar en los informes que les son suministrados, esta pregunta genera inquietud en la mayoría de propietarios y administradores porque les interesa saber qué implicaciones tiene realizar este informe de indicadores y qué propósito tendría en cada uno de sus negocios y qué valor les agregaría realizarlos.

Conclusiones

A partir de los análisis realizados, en general se puede concluir que la presentación de los Estados Financieros de los Micro, Pequeños y Medianos supermercados de Medellín no son acordes en cumplimiento a los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados, ya que su presentación no es oportuna para tomar decisiones y se evidencia una gran deficiencia en cuanto a la comparabilidad de la información.

Además de esto no dan la correcta importancia a la preparación de las notas a los Estados Financieros, siendo estas parte integral de estos. Por ende, no están familiarizados con los Estados Financieros y se les dificulta su análisis, por lo cual terminan basándose principalmente en herramientas como el comportamiento del mercado, satisfacción del cliente y su experiencia en el sector para tomar las decisiones en el día a día. Por lo tanto, en última instancia sus decisiones no cuentan con la adecuada objetividad ni son respaldadas fielmente con las diferentes herramientas de análisis financiero.

En cuanto a la toma de decisiones con base en los Estados Financieros, se pudo evidenciar que para los administradores de los supermercados hay confusión sobre la utilidad y relevancia de éstos para la toma de decisiones, además no le son de fácil interpretación por lo cual se basan principalmente en otros elementos como su experiencia en el sector, comportamiento y satisfacción de los clientes para tomar decisiones de operación, financiación e inversión. A su vez, se observa que se realizan reuniones esporádicas con los contadores, pero las explicaciones que éstos dan sobre la información financiera no es clara para la administración, lo cual hace que las reuniones se restrinjan a hablar solo sobre los resultados del periodo y las obligaciones que se tienen con el Estado.

En este sentido, es importante que comprendan que los Estados Financieros hacen parte de los sistemas de información gerencial, financiero y económico, y es una herramienta que apoya la labor de los administradores en la planeación, organización, dirección y control de las empresas, ya que a partir del análisis de estos Estados se lleva a cabo una adecuada toma de decisiones a nivel gerencial, relacionadas con la inversión, financiación, distribución de utilidades y de operación según sea el caso e impulsar el crecimiento o la reinversión de capital cuando sea conveniente. Por ende, si logran interpretar el lenguaje de los Estados Financieros se encuentran con una fuente valiosa de información que le permitirá orientar en forma adecuada sus decisiones y dirigir con éxito la marcha de su Empresa. Así que las empresas que entiendan la importancia de la información que brindan los Estados Financieros y hagan una buena utilización de ésta, podrán permanecer en el mercado; por ello la información que genera valor es uno de los elementos claves para conseguir y mantener ventajas competitivas.

No sólo el hecho de realizar y preparar muy bien los Estados Financieros serán la respuesta a tantas necesidades que se presentan en la organización, es fundamental el rol del contador, como apoyo, respaldo y asesor de los datos que están plasmados en los Estados Financieros, el contador debe ser un aproximador a esa realidad por medio de los datos ya cuantificados y presentados a los directivos, debe generar la emocionalidad de seguridad y confianza, de que lo que se está mostrando es real y verificable, así los otros usuarios de la información contable no sólo estarán basando sus decisiones en datos de informes, sino también con el respaldo, asesoría y acompañamiento del contador.

BIBLIOGRAFÍA

Antognolli, S. (2008). El Contador Público en las pymes. Extraído el 01 de Junio, 2011 :<http://www.gerencie.com/elcontador-publico-en-las-pymes.html>

Banco de comercio exterior de Colombia S.A. (2011). Finanzas, la clave para el éxito empresarial. *BANCOLDEX*, 9.

Bernstein, Leopoldo A. (1996) *Análisis de Estados Financieros, Teoría, Aplicación e interpretación*. México: Mcgrawhill interamericana.

Camacho, S. S. (2011). Herramientas financieras para una adecuada toma de decisiones en la pyme. Gelka consultores de negocios y Proyectos Ltda. Artículo, Extraído el 01 de Junio, 2011 de <http://www.gelkaconsultores.com/nuevo/download/HERRAMIENTAS%20FINANCIERAS%20PARA%20PYMES.pdf>

Castaño J. Olga L, Prieto S. Eugenio y Machado R. Marco A. (1997) La información contable frente a las necesidades del usuario. En: *Revista Contaduría Universidad de Antioquia*. No 30, . 123-138.

Correa, J.A. (2005). De la partida doble al análisis financiero. *Contaduría Universidad de Antioquia*, 46, 169-194.

Correa, J.A. y Jaramillo, F. (2007). Una aproximación metodológica y prospectiva a la gestión financiera en las pequeñas empresas. *Contaduría Universidad de Antioquia*, 50, 93-118.

Decreto Reglamentario 2649 de 1993

FENALCO Antioquia. (2010). www.fenalcoantioquia.com. Extraído el 17 de 06 de 2012, de www.fenalcoantioquia.com/res/itemsTexto/.../boletin_sectorial_1.pdf

García, G. A. (2008). El comportamiento de las Mipymes del sector industrial en Colombia durante el período 2001-2005 efectos sobre el crecimiento económico y el empleo. [Versión electrónica]. *Avances investigación en ingeniería*, 9, 87-94

Gaviria, S. A., Varela, C. A., Yáñez, L. J. (2010) *Indicadores de rentabilidad: su aplicación en las decisiones de agrupamiento empresarial*. Tesis de pregrado para optar al título de Contador Público, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Antioquia, Medellín, Colombia.

Gómez L. Ernesto J. (2000) *Análisis e interpretación de Estados Financieros*. México: Ecafsa.

González G. Patricia, Bermúdez R. Tatiana. (2008) Una aproximación al modelo de toma de decisiones usado por los gerentes de las micro, pequeñas y medianas empresas ubicadas en Cali, Colombia desde un enfoque de modelos de decisión e indicadores financieros y no financieros. En: *Revista Contaduría Universidad de Antioquia*: No 52, 131-154.

Ley 43 de 1990

Ley 590 de 2000

Ley 905 de 2004

Ley 1314 de 2009

Lopera, E. N., Granada, M. Y., Castaño, C. E. y Rodríguez, A. F. (2009). Hacia un nuevo planteamiento de la contaduría pública frente a la realidad de las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes). *Adversia Universidad de Antioquia*, 4, Artículo 4, Extraído el 10 de Mayo, 2011 de <http://contaduria.udea.edu.co/proyecto/archivos/rev/rev4/articulo%204.pdf>

Mantilla S. (2000) Información Gerencial para la generación de valor. En: *Revista legis del contador No 1*, 31-51.

Posada, E. A. (2010). *La contabilidad como insumo de valor agregado para la toma de decisiones financieras de las Mipymes floricultoras del Municipio de Rionegro*. Tesis de pregrado para optar al título de Contador Público, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Antioquia, Medellín, Colombia.

Saavedra G., María L y Hernández C., Yolanda (2008). Caracterización e importancia de las MIPYMES en Latinoamérica: un estudio comparativo [Versión electrónica]. *Actualidad Contable FACES*, 17 (11), 122-134.

Tapia A. F. (1990). *El contador público y la productividad en la empresa*. México: instituto mexicano de contadores públicos, 2^{da} edición.